

(上接第6版)

我在童书圈这10年

经历过难以复制的美好时光

■刘蕾(青岛出版社副总编辑、晓童书总编辑)

10年前的我 我曾经长期在明天出版社工作,从事图画书、低幼读物、桥梁书和一些引进版儿童文学书的编辑出版。与现在相比,十几年前的童书市场很有活力,也是拉动图书大盘整体上涨的一股重要力量,曾经创造过连续十几年高速增长“奇迹”。2005年左右,儿童文学板块开始出现一些畅销书,图画书的发展要相对晚一些。2000-2010年,明天社引进了《小老鼠无字书》、“世界插画大师英诺森提系列”等一大批世界经典图画书。这些书被市场认可经过了较长时间,编辑们的眼界得到了很好的拓展,在学习了世界先进的图画书经验的基础上,我们开始尝试原创图画书。2006年出版的《小肚兜幼儿情感启蒙故事》就是那个时代原创图画书的尝试之作,还获得了首届中国出版政府奖。

很长时间以来,就图画书板块而言,引进版无论在质量还是数量上都占据着优势地位。一大批世界经典图画书《猜猜我有多爱你》《爷爷一定有办法》《好饿的毛毛虫》《逃家小兔》《我爸爸》等创造了辉煌的销售业绩,进入了千千万万家庭。但市场也在悄悄培育着中国原创图画书,早期阅读越来越受到重视,图画书阅读与推广风起云涌,民间读书会、绘本馆如雨后春笋。出版社、作家和画家、渠道之间是共生共荣的良性关系,尤其是在绘本推广领域,大家都被一股纯粹的爱的力量感染和凝聚。“让真正的好童书触达更多读者”成为出版社、推广人和渠道方共同信奉的底层逻辑。

大约在2015年,中国原创图画书进入发展快车道,无论质量和数量每年都有显著提升,出现了像《团圆》《辫子》《安的种子》等斩获国际奖项的优秀原创图画书。我所在的明天社是国内最早开发原创图画书的专业少儿社之一,也是最早与曹文轩、张之路、秦文君、梅子涵等国内一线儿童文学作

家展开图画书合作的出版社,出版了《菊花娃娃》《飞翔的鸟窝》《小黑和小白》《好像》等一大批原创图画书。

除了自有品牌,明天社和台湾信谊合作出版的“信谊世界精选图画书”“信谊原创图画书”是一块响当当的招牌,旗下出现了一大批耳熟能详的经典读本,很多图画书创造了难以超越的“销售神话”。现在回看过去,那真是一段难以复制的美好时光,市场整体良性有序,虽然也有山寨盗版等不良现象,但基本盘还是有序和充满活力的。

经历过的深刻事件 2016年11月上海童书展上,首届图画书时代奖典礼暨高峰论坛举办。国际儿童读物联盟中国分会原主席、中国出版协会原副主席、图画书时代奖评委会主席海飞向与会者介绍了评奖情况,充分肯定了图画书时代奖的意义和价值。作为一名较早进行中国原创图画书出版实践的童书编辑,我深度参与了怎么原创图画书从萌芽、发展到壮大的过程。明天社有2本图画书《好像》《跑跑镇》获得首届图画书时代奖银奖,我作为编辑代表在论坛上作了题为《关于原创图画书创作与编辑的几点思考》的主题发言。

最得意的作品 实事求是地说,我2018年47岁从明天社辞职,加入青岛出版集团旗下的青岛出版社,从头开始做童书。青岛社是一个非常好的平台,我带领一支“出版小白”努力奔跑。过程虽然辛苦,加上疫情三年发展的节奏被打乱,但是也有很多收获。五年来我们出版图书218种,生产码洋2.4亿元,销售收入6800多万元,获得“中宣部优秀青少年出版工程”、“十四五”国家重点出版物出版规划、国家出版基金、



“中国好书”月榜、第33届陈伯吹国际儿童文学奖年度图书(绘本)奖、教育部向中小学图书馆(室)推荐书目、农家书屋、丝路书香等大小奖项和媒体推荐400余次。一批年轻编辑正在成长起来。对现在的我而言,看到年轻编辑的成长和成熟比做出一本或者一套书更能让我收获成就感。

对行业和好书的理解有什么不同 当下的童书出版业与十年前相比发生了很大的变化,作为出版人和编辑,秉持的“服务读者、服务成长”的理念不会变,价值出版、精品出版、科学出版的理念不会变,洞察读者的阅读方式、阅读口味、阅读内容的变化,及时有效地满足读者日益丰富多元的阅读需求,是立于不败之地的选择。

今年正在酝酿的大项目 从2022年5月开始,青岛出版集团启动了“中华优秀传统文化少儿绘本大系”出版工程。这是基于“全环境立德树人”,践行“优秀传统文化创造性转化、创新性发展”理念的一个出版项目。经过反复讨论,我们确定了从传统美德、经典故事、文化名人、文明成就、文化常识、人文地理六个角度去把握和阐释,首批推出100本,基本上能够勾勒出中华优秀传统文化的一个大致面貌。我们邀请了近百位儿童文学写作者和儿童绘本画师集体创作,努力将儿童本位、艺术品位、知识卡位和审美趣味自然融合。这项工程今年年底和明年春天能出版100本。

理想中的童书生态圈 我希望经过时间的盘整,童书生态圈呈现出健康、开放、包容的样子,涉足童书出版业的出版机构能够打造自己的核心竞争力,强化编辑和市场营销的专业性,增强定力。低价山寨盗版等扰乱市场秩序的现象得到有效治理。作家聚焦如何写出好作品,不重复授权,追求作品质量与数量的有机统一。创作者、出版者、读者(市场)之间构建起互相信任、互利共赢的良好关系。

在图画书之外看到璀璨灵感之光

■李卓颖(图画书创作者)



10年前的我 2013年,我正在创作跟信谊合作的《溜达鸡》,这本书的文作者是戴芸老师。当时正是我创作绘本的起步阶段,一切都令人新奇和欣喜,跟编辑沟通的过程和创作过程也很开心,充满了未知和希望。当时我的工作主要是儿童美术教育和插图,留给绘本创作的时间比较少,能跟信谊合作图画书,也感到很荣幸,很珍惜这样的创作机会。

10年之大变化 这10年来,我逐步把工作的重心转移到了图画书创作上。在《公主怎么挖鼻屎》《溜达鸡》出版后,我的作品逐渐获得了小读者们的喜爱,这是十年间最让我开心的收获。接着创作的邀约多起来了,同时兼顾推广图画书的责任也越来越重。从单纯的绘画创作,演变成了要对接各种推广的工作内容,作为一名图画书创作者,各方面能力要求趋向全面化。整理这两年的工作表格,除了创作的工作外,我完成了130多项活动任务。

经历过的深刻事件 《公主怎么挖鼻屎》这本书让孩子在哈哈大笑的同时习得一个好的卫生习惯,并获得广大读者的喜爱,目前销量超过60万册。同名音乐舞台剧于2023年在上海和深圳推出,2024年

将会在全国巡演。从一本图画书,转变成精彩的音乐舞台剧,是我多年前梦想过的情景。这个过程因为疫情特殊原因,非常不易,小顾家剧团付出了巨大的努力,信谊也提供了很多支持。在多方共同努力下,看到舞台上演的那一刻,真的非常感动和感恩。

最得意的作品 这10年来,我画了26本图画书和10本数学科普书,其中有部分还没出版。每一本书的创作,我都尽心尽力去挖掘和呈现有价值的内容给读者。而在《公主怎么挖鼻屎》音乐舞台剧的前期合作中,剧团各位老师的才华也带给我非常多的惊喜和启发,让我在图画书之外看到了璀璨的灵感之光。

舞台剧和绘本的呈现在观赏时长和视听感受上很不同,绘本是通过翻页的阅读,而舞台剧是通过演员的舞台表演,声光电等视听语言结合呈现。这项工作繁复细致,其难点在于把短短32页图画书转化

成超过1小时的音乐舞台剧,并用精彩的环节抓住孩子的注意力,需要在角色、剧情、音乐、舞美等几方面做很多扩充性的设计工作。舞台剧的音乐不仅与表演情景相契合,还创作了旋律优美的《公主怎么挖鼻屎》的主题曲。另外,小猪的鼻屎大餐打击乐非常有韵律感。舞美的设计除了舞台背景,还展现了很多现场互动的游戏道具,比如小蛇的实验室鼻屎喷射器,还有满场跳动的巨型鼻屎气球。整部剧各种细节不停地引爆全场,令观众在剧中获得更丰富的视听享受,非常期待明年小朋友们也都能欣赏到这部音乐舞台剧。

今年正在酝酿的大项目 今年我在着手创作一套桥梁书,是关于孩子互助成长、自主学习的故事。同时希望书中顽皮荒诞,幽默搞怪的爆笑故事让小读者学会用放松快乐的心态对待生活中的逆境,让焦虑一扫而光。

理想中的童书生态圈 此时此刻,我感到自己已经极其幸运,不好意思再奢望更加理想的生态圈。历史趋势下,个人能力不足轻重,只能调整自己的心态,去顺应当下。

更是对彼此专业度的高度认可。不得不说,团队的力量在出版竞争中,不容小觑。唯一的低迷期在2021年,自己的健康问题影响了解读这个世界的心情和立场,无论何时,身体都是革命的本钱。

最得意的作品 如果绕过去年,我全心为之努力的长篇儿童小说《桦皮船》谈其他作品,会显得不太合理。这部作品的策划始于2017年,儿童文学作家薛涛和安少社编辑团队潜心5年合力创编,2022年出版后荣获中宣部第十六届精神文明建设“五个一工程”奖,至今发行超20万册。关于这部作品创作和出版背后的鲜活故事,我曾经写过多次;薛涛老师也在多个采访中提及许多细节,称可成“万字文章”。可要说最为我自己认可的经验,那就是在创作出版的全流程中,无论是创作方还是出版方,均始终以“精品出版”的标准要求自己,扎扎实实地走好每一步。有意思的是,在编创《桦皮船》的5年里,我们和薛涛老师还一起推出了一部富有童话气息的叙事散文《小山羊走过田野》,这是我们在跳出创编长篇作品《桦皮船》的条条框框之外,一次“任性”的玩法。

今年已经落地的大项目 儿童文学作家陆梅倾心交付的长篇新作《万花筒》已经出版,评论界普遍认为这部海派小说写得实在非常“海派”,就连海飞先生和我谈起该书,也称“陆梅写活了大上海,写活了上海人(人)”时,也忍不住用不那么标准的沪语发出来表达欣喜之情。15年前,初入职场,我被社里派去当时的上海办事处实习2个月,实际就是每天去上海书城的少儿柜组上班,在最前线了解市场动态,这段经历对我的编辑事业具有重要意义;15年过去了,我也想借由编辑《万花筒》这部作品,寄寓作为外省人的我,对当代上海的理解与向往。

下个十年,如何继续保持神采风扬的状态

■阮征(安徽少年儿童出版社儿童文学室主任)

10年前的我 2008年,我从中文系攻读硕士一毕业,就进入安徽少年儿童出版社做编辑,深耕儿童文学出版至今15年。前5年,还是个“出版小白”的状态,只知道那时正值中国少儿出版的“黄金十年”,儿童文学尤其呈“爆发性”增长。身处有着“天下童书,半出华东”美誉的华东六少之中,对比兄弟社,我们的儿童文学板块发展却相对滞后,只能不舍昼夜、奋起直追。在当时社委会的战略部署下,我们跟着编辑室主任接下“年发货码洋破亿”的重任。凭着新书品种和规模倍增的“题海战术”,终于在2015年迎来了“亿元编辑室”的殊荣。这对于我们这批当时的儿童文学出版“后进生”来说,是异常常欣喜的事。市场的空间和需求极为广阔,安少社顶层设计的有力支持,自身对发展机遇的准确把握,共同奠定了安少社儿童文学出版近十年的发展基础。

10年之大变化 分享一个有趣的细节,我刚入行的时候,编辑室6人,5男1女(只有我一位女性);2015年完成“亿元”指标的时候,已经变成了5女1男(只有编辑室主任一位男性);又过了两年,主任提拔后至今,编辑室的成员全部都是女性了。10年来,儿童文学男编辑越来越少了,交流中发现很多同行出版社也是如此,女性在儿童文学出版这个领域,或许有着更大的潜力与优势。纵观这10年,疫情当属发展的分水岭。疫情影响了大环境,空间与需求相对收缩,我身处一线,接触到的不管是作家、策划公司,还是同行、经销商、阅读推广人,等等,疫情后,大家提到最多的一个字都是“卷”。而“卷”的本质,其实不是如何策划组稿、争夺版权、攻占市场这些表面上的生存问题,而是本质上如何实现创新,如何完成突破。梳理近两年操作的双效图书、品牌图书、口碑图书,我竟然惊讶地发现,这

些图书选题的初次诞生,居然都处于2017-2019年疫情前那段神采飞扬的日子里。下个十年,如何继续保持神采飞扬的状态,真是值得思考的命题。

经历过的深刻事件 2014年,第一次跟随社里组团参加意大利博洛尼亚国际童书展。那是安少社获得国际儿童读物联盟(IBBY)官方授权出版的图书“国际安徒生奖大奖书系”首次亮相国际舞台。我跟着当时安少社社长张克文先生和方卫平、赵霞夫妇,带着整个项目组的嘱托,在博洛尼亚书展现场的咖啡角举办了一场沙龙活动。活动中,方卫平教授不禁感叹选编并出版这样一套译介作品的不易,提及他与作为责编的我,为了讨论、敲定选编书目,往来的电子邮件竟然多达8万字,比他写给自己夫人的信件要多得多。台下的赵霞老师听后会心一笑,这些邮件涉及选目的英文翻译工作基本由她承担;台下的外国友人也笑翻了,观众中突然走出一位优雅的女士,是2000年安徒生奖得主、巴西儿童文学作家安娜·玛利亚·马查多,她自发来到我们的活动现场,看到即将付梓的作品《碧婆婆 贝婆婆》的中文版样书,开心得像个孩子。明年,是“国际安徒生奖大奖书系”出版十周年,我们将推出全新的升级版。届时,方卫平教授与我的通信集也将会作为资料别册一并推出,我万分期待。

经历过的低迷时段 即便是疫情时期,我也从未对行业失去过信心,只要顺势而为,根据大环境调整理念,改变打法,适度提高或降低期待值,就能在激烈的竞争中保持一颗平常心。这可能还源于多年来安少社编辑和营销团队之间积累的友谊与信任,



10年前的我 刚入行,一切都新鲜,心态轻快飞扬。初来乍到的一个新,还不懂怎么去筛选优质的版权方,挑选出色的外版作品,于是每天泡在大量的书讯里大海捞针。捞了几年后,开始了解欧美日韩国家的出版风格,分别有哪些经典名社,这些社的代表作品又是什么,我们想要做的书从哪些出版社找会比较快……慢慢地,在前辈的引领下,开始积累引进版图书的出版经验,练就了敏锐的嗅觉,好似突然打通了任督二脉一般,尽情徜徉在书海里。

10年之大变化 发展速度:少儿出版的市场活力和发展潜力非常惊人。这10年来,“80后、90后”逐步成为父母群体的主力军,他们对孩子教育的重视程度不断加深,少儿图书市场呈现出蓬勃生机,不仅一直保持增长态势,产业规模也持续扩张。最开始我做科普,主要做7岁以上的科普阅读,之后低幼阶段的科普启蒙读物市场需求越来越大,各种玩具书、翻翻书、洗澡书、布书等层出不穷,低龄段的科普读物在市场上逐渐升温。很显然,随着这一批批小小读者的长大,高龄段科普读物的市场需求也开始稳步增长。

头部图书集中度加强,头部效应越来越明显。这十年有一个最大感受是渠道变化,从最开始的线下铺货到电商平台崛起,卓越亚马逊、当当、京东、天猫、大V店等电商平台对线下渠道造成猛烈冲击,价格战从那时开始打响,之后是三网平台的辉煌阶段。而近两年直播电商火爆,抖音、快手等平台逐渐成为少儿图书线上销售的主要渠道,流量成为影响图书销量的重要因素。能获得大流量支持的图书容易成为头部图书,而头部图书又更容易口碑发酵获得流量支持,好的图书产品在这样的正向加持下,市场表现越来越好,整个市场的头部效应越来越显著。每一位编辑都希望自己呕心沥血做出来的好作品可以上头部主播的直播间,可以得到流量的扶持,从而得到更多人的认可和喜欢。

原创科普、绘本作品越来越蓬勃,且精品化趋势明显。记得刚入行时,外版书占到了8成以上。经历了引进优秀作品,全面整合经验的过程,各家各社都全面开启了高质量原创之路,少儿文学、科普、绘本的原创比例得到了跨越式提升。

经历过的深刻事件 对于海豚科普产品线来说,2021年是全面丰收的一年,也是名副其实的“德国百科”年。15年前,我们的老板高瞻远瞩,经过多轮艰辛的谈判最终获得德国泰斯洛出版社的授权,将德国国宝级童书“德百”系列带到中国,如今这个有着60多年历史的百科品牌正在成为最受中国儿童喜爱的百科品牌之一。

在“德百”庞大的资源基础上,要从方方面面讲好“德百”是一个系统工程,团队在进行了分析、整理、归纳后,决定从“德百”的血统到品牌、主题到内容、图片到文字、作者到专家,四大方面进行全面的内容输出,实现“德百”品牌价值、内容优势、人文温度、儿童视角、科学精神等内容的全面传递,让“德百”的好——从框架到骨骼,从血肉到颜值,从体系到精神,让所有人都看到,让“学习源自好奇、科学改变未来”的品牌理念深入人心。

最得意的作品 如果说德国百科是献给孩子的一座家庭博物馆,是去帮孩子搭建科学的骨架,填充知识的血肉,那么接下来介绍的两本书,是我私心珍藏的心头好——《自然》和《奇妙花园》。爱书之人都明白一个道理:有些书不仅仅是拿来读的。我曾经一直在思考:科普阅读是需要春风化雨的解读,怎样既能带孩子探索大自然的真相,又可以培养孩子对世界的想象力?直到我遇见了这两本书,才明白了答案。

对童书行业的理解 如今的童书市场早已不似往年,它的竞争更激烈、赛道更卷,因此对编辑也提出了更高的要求。编辑不仅要关注和把控产品从生到死的各个环节,更要横跨内容、技术、服务、推广、销售,甚至化身主播、自媒体达人,去为图书的销售摇旗呐喊;既要掌握内容的灵魂,又能调动组织,是“致广大而尽精微”的产品人。曾经做书可能是很适合I人的工作,现在似乎也要打开再打开,随时在I人和E人之间切换。

今年正在酝酿的大项目 今年我们团队蓄力在做的项目,是“国家地理”家族系列。相信那个著名的黄色方框,无人不知。说它是科普界第一网红并不为过,它像是一扇探寻未知的窗口,在全世界有7亿粉丝。它就像一个巨大的容器,把这个世界顶级的科学家、作者、摄影师、记者、制作人黏合在一起,这些资源背后的知识价值,以及被赋予的浪漫、激情、好奇,成为无数人梦想开始的地方。我们一口气签下了它的几大系列,希望能为孩子守住好奇心,去体验广博的万物、最富传奇色彩的故事。《世界真奇妙》《幼儿自然科学绘本》《你真的了解迪士尼吗?》等等新品,都会在2023至2024年陆续上市。

理想中的童书生态圈 劣币驱逐良币的现象在当下的童书圈屡见不鲜,希望未来,我们的童书圈能更健康地发展,活力满满、有趣有盼。(下转第10版)

市场头部效应越来越显著
■王浩森(海豚传媒股份有限公司策划编辑)

